

24.10.2017 – 10:01 Uhr

Bain-Studie zum deutschen Asset-Management-Markt / Kostenführer und Spezialisten sind in der Fondsbranche klar im Vorteil

München (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial ist abrufbar unter
<http://www.presseportal.de/pm/19104/3769289> -

Digitalisierung, verschärfte Regulierung, zunehmender Wettbewerb und Kostendruck führen zu Zerteilung des Asset-Management-Markts

- Bedeutung passiver Produkte und institutioneller Anleger nimmt zu
- Marktanteil der Robo-Advisor wächst bis 2020 deutlich
- Acht Stellhebel sind für den zukünftigen Erfolg von Fondsanbietern entscheidend

Viele der mittelgroßen Fonds in Deutschland bewegen sich in ein "Tal des Todes" hinein. Sie sind zu klein, um mit Effizienz- und Skalenvorteilen im harten Wettbewerb bestehen zu können. Und zu groß, um als Spezialist Nischen zu besetzen. Dabei blickt die Fondsbranche auf ein goldenes Jahrzehnt zurück. Seit 2005 stieg das verwaltete Vermögen in Deutschland im Durchschnitt um 6,5 Prozent pro Jahr auf zuletzt rund 2,9 Billionen Euro. Besonders dynamisch entwickelten sich Spezialfonds sowie Sondervermögen (Abb. 1). Damit stieg auch die Bedeutung institutioneller Anleger. Inzwischen stellen sie 30 Prozent der Kunden von Publikumsfonds und vereinen 72 Prozent des gesamten verwalteten Vermögens auf sich. Das sind Ergebnisse der aktuellen Studie "Asset-Management: Erfolgsformel gesucht", für die die internationale Managementberatung Bain & Company den deutschen Markt umfassend analysiert hat.

"In den kommenden Jahren werden insbesondere Kostenführer und Spezialisten Marktanteile im Asset-Management erobern", betont Dr. Dirk Vater, Partner bei Bain & Company und Co-Autor der Studie. "Das Nachsehen haben dagegen mittelgroße Fondsanbieter ohne klaren Fokus - und genau hier stecken viele fest. Deshalb gilt es schnell zu handeln und sich strategisch richtig zu positionieren."

Markt für ETFs verdoppelt sich

In jüngster Zeit flachen die Mittelzuflüsse im Fonds-Markt ab. Gleichzeitig steigt der Marktanteil passiver, niedrigmargiger Produkte. Binnen weniger Jahre hat sich das Volumen der Exchange Traded Funds (ETF) in Deutschland auf knapp 100 Milliarden Euro verdoppelt. Ihrer durchschnittlichen Kostenquote von 0,35 Prozent stehen 1,4 Prozent bei Publikumsfonds gegenüber. "Der Kostendruck im Asset-Management nimmt zu", stellt Dr. Christian Graf fest, Principal bei Bain & Company und Co-Autor der Studie. "Schon in wenigen Jahren werden sich Publikumsfonds im Schnitt mit einer Kostenquote von 1,0 Prozent begnügen müssen."

Zwei weitere Herausforderungen bedrohen die althergebrachten Geschäftsmodelle: die verschärfte Regulierung und die Digitalisierung. So wird die Umsetzung der EU-Richtlinie MiFID II die Macht der Vertriebspartner stärken, die Bedeutung passiver Produkte noch einmal steigern und den Kostendruck erhöhen. Im Zuge der Digitalisierung bereitet vielen Fondsanbietern vor allem das Vordringen der Robo-Advisor Kopfzerbrechen. Ihr Marktanteil dürfte sich nach Bain-Prognosen bis 2020 verzehn- oder sogar verzweifelfachen. Im gleichen Jahr werden schätzungsweise bereits 5 Prozent des verwalteten Vermögens automatisiert angelegt.

Geschäftsmodelle schärfen

Dessen ungeachtet kommt kein Fondsanbieter umhin, sich auf das veränderte Wettbewerbsumfeld einzustellen. Bain nennt acht Stellhebel, mit denen Asset-Manager ihr Geschäftsmodell zukunftsfähig machen können:

1. Vertriebswege sichern und online wie offline ein möglichst breites Spektrum an Vertriebskanälen erschließen
2. Plattformen nutzen und Angebote von Dritten integrieren
3. Mehrwert generieren und mit Zusatzdienstleistungen die Kundenbindung vertiefen
4. Effizienz steigern und die Chancen einer zügigen Digitalisierung nutzen

5. Akquisitionen prüfen, um Größenvorteile auszubauen
6. Komplexität reduzieren und mit einem optimierten Produktportfolio effizienter werden
7. Robo-Advisor integrieren und mit automatisierten Produkten am Wachstum partizipieren, selbst wenn es das eigene Portfolio kannibalisiert
8. Digitalisierung vorantreiben und Online-B2C- ebenso wie -B2B-Plattformen nutzen

Fondsanbieter sollten nicht in Fatalismus verfallen. Wer seine Prozesse und sein gesamtes Portfolio konsequent an den Anforderungen von Solvency II ausrichtet, kann beispielsweise das Geschäft mit Versicherern ausweiten. Und wer Robo-Advisor einsetzt, ist in der Lage, die Produktivität seiner Berater um mindestens 200 Prozent zu steigern. Bain-Experte Vater ist deshalb überzeugt: "Im Asset-Management eröffnen sich sowohl durch die Digitalisierung als auch durch die verschärfte Regulierung große Chancen."

Über die Studie

Die Studie "Asset-Management: Erfolgsformel gesucht" basiert auf einer Langfristanalyse des deutschen Asset-Management-Markts und seiner wesentlichen Treiber. Sie umfasst die Auswertung von Produkt- und Kundengruppen ebenso wie Margen- und Wettbewerbsvergleiche. Ein besonderes Augenmerk galt dem Einfluss der verschärften Regulierung sowie dem Einsatz digitaler Technologien. In die Studie flossen zudem die Erfahrungen aus zahlreichen Bain-Projekten im Asset-Management in Europa und Nordamerika ein. Dies ermöglichte Aussagen über die weitere Entwicklung des Marktes sowie Gewinner und Verlierer in den nächsten Jahren.

Bain & Company

Bain & Company ist eine der weltweit führenden Managementberatungen. Wir unterstützen Unternehmen bei wichtigen Entscheidungen zu Strategie, Operations, Informationstechnologie, Organisation, Private Equity, digitale Strategie und Transformation sowie M&A - und das industrie- wie länderübergreifend. Gemeinsam mit seinen Kunden arbeitet Bain darauf hin, klare Wettbewerbsvorteile zu erzielen und damit den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern. Im Zentrum der ergebnisorientierten Beratung stehen das Kerngeschäft des Kunden und Strategien, aus einem starken Kern heraus neue Wachstumsfelder zu erschließen. Seit unserer Gründung im Jahr 1973 lassen wir uns an den Ergebnissen unserer Beratungsarbeit messen. Bain unterhält 55 Büros in 36 Ländern und beschäftigt weltweit 7.000 Mitarbeiter, 800 davon im deutschsprachigen Raum. Weiteres zu Bain unter: www.bain.de. Folgen Sie uns: Facebook, LinkedIn, Xing, Bain Insights App.

Kontakt:

Leila Kunstmann-Seik,
Bain & Company Germany, Inc.
Karlsplatz 1
80335 München
E-Mail: leila.kunstmann-seik@bain.com
Tel.: +49 (0)89 5123 1246
Mobil: +49 (0)151 5801 1246

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018214/100808343> abgerufen werden.